

**МОРОЗОВА А. А.  
МУРЗИНА О. В.**

**Челябинский государственный университет**

## **ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АЛГОРИТМОВ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В РАБОТЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО САЙТА <sup>1</sup>**

**Аннотация:** В статье рассмотрены возможности искусственного интеллекта для расширения читательской аудитории, повышения узнаваемости средства массовой информации в интернете. Материал исследования — более 1200 публикаций интернет-ресурса 74.ru, размещенных в социальных медиа «Яндекс.Дзен» и «ВКонтакте». По итогу исследования авторы предлагают практические рекомендации для СМИ по использованию социальных медиа в редакционной работе регионального сайта.

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, региональные СМИ, социальные медиа, 74.ru.

**MOROZOVA A. A.  
MURZINA O. V.**

## **PECULIARITIES OF USAGE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ALGORITHMS IN THE WORK OF REGIONAL INFORMATIONAL SITE**

**Abstract:** The article studies the abilities of artificial intelligence for enlarging the readership, and increasing the mass media's recognition in the Internet. The research material includes over 1200 publications of the Internet resource 74.ru, posted in the social media platforms «Yandex.Zen» and «VKontakte». As the result the authors offer practical recommendations for using social media in the editorial work of regional sites of mass media.

**Keywords:** Artificial intelligence, regional mass media, social media, 74.ru.

Ведущие средства массовой информации, в том числе региональные интернет-сайты, стараются в своей работе максимально использовать все возможности, предложенные на данный момент техническим прогрессом.

Так, благодаря процессу корреляции интернет-СМИ и социальных сетей, использующих в своей работе искусственный интеллект, формируется новое инфор-

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено за счет гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых – кандидатов наук МК-1684.2020.6.

мационное пространство — интерактивные конвергированные социальные медиа [1, с. 130].

Социальные сети могут выполнять ряд функций журналистики — информационную, коммуникационную и рекреативную [2, с. 12]. Это неизбежно приводит к снижению трафика на сайт, поскольку большую часть новостей пользователь может получить в социальной сети, не обращаясь к сторонним источникам. Поэтому встает вопрос о рациональном и продуктивном использовании социальных медиа в работе интернет-СМИ, в частности, регионального информационного ресурса.

Цель исследования — изучить особенности использования алгоритмов искусственного интеллекта в работе регионального информационного сайта на примере 74.ru. В качестве материала исследования были рассмотрены публикации 74.ru на площадке «Яндекс. Дзен» и «ВКонтакте» за 2019 год (более 1200 материалов).

Анализ работы регионального информационного сайта 74.ru показал, что данный городской портал уделяет особое внимание развитию официальных сообществ, аккаунтов и каналов на различных онлайн-площадках, в частности, активно использует набирающий популярность «Яндекс.Дзен» и самую посещаемую в России социальную сеть «ВКонтакте».

Роль искусственного интеллекта в работе регионального сетевого СМИ 74.ru заключается в персонализации контента через алгоритмы, встроенные на программном уровне в социальные медиа.

Персонализация контента основывается на учете просмотров, лайков и комментариев пользователя. В этом случае функционирует «контекстная журналистика»: благодаря искусственному интеллекту пользователь читает ту подборку текстов, которая ему нравится.

На современном этапе развития журналистики редакции региональных информационных сайтов, осуществляющие свое взаимодействие с аудиторией посредством социальных медиа, вынуждены создавать контент, подстраиваясь под требования вшитого на программном уровне искусственного интеллекта. В противном случае алгоритм не сможет считать предлагаемую СМИ для интернет-пользователей информацию как значимую, посчитает ее «информационным шумом» и не покажет журналистский материал читателям.

Искусственный интеллект избирателен в выборе контента для персональной ленты рекомендаций, поэтому для анализа отобранных алгоритмом публикаций мы разработали ряд критериев, основанных на характерных особенностях контента социальных медиа в целом.

Также публикуемый в социальных медиа контент, который предлагают алгоритму искусственного интеллекта и подписчикам редакции сетевых средств массовой информации, можно анализировать по нескольким критериям: полезность для читателя, наличие чувства юмора, способность привлечь внимание к СМИ.

Интересно, что отбором и публикацией материалов 74.ru для последующего их ранжирования в ленте персональных рекомендаций для аудитории занимается именно искусственный интеллект. В случае допущения со стороны сотрудников редакции СМИ неточностей, они могут внести правку на сайте, но не на канале в «Яндекс.Дзен».

Опираясь на опыт 74.ru, сформулируем практические рекомендации для СМИ по использованию социальных медиа «Яндекс. Дзен» и «ВКонтакте» в редакционной работе регионального сайта:

**1)** Контент должен быть не только интересным, но и красиво оформленным. Важно делить текст на абзацы и добавлять медиафайлы. Изображения или видеозаписи должны быть хорошего качества.

**2)** Создавать контент, который будет вызывать отклик у аудитории. Алгоритм анализирует поведение пользователя и на основании этих данных подбирает публикации, с которыми подписчику будет максимально интересно взаимодействовать в данный момент. При этом учитываются не только очевидные факторы (лайки, комментарии, репосты), но и такие, как длительность просмотра фотографии, видеозаписи и чтения публикации.

**3)** Необходимо учитывать в редакционной работе, что в утренние часы читатель увидит больше информационных постов и новостей, а в вечернее время — больше развлекательного контента. Это происходит в связи с тем, что искусственный интеллект следит, в какое время суток происходит взаимодействие с публикацией, как часто пользователи выходят в Сеть в то или иное время суток.

**4)** Разработчики алгоритмов рекомендуют создавать уникальный контент регулярно. Одной качественной публикации для эффективного поиска целевой аудитории искусственному интеллекту будет недостаточно.

**5)** Нельзя использовать сервисы накрутки лайков и репостов в работе СМИ, так как эти факторы не являются ключевыми для ранжирования записей. Такие нарушения искусственный интеллект социальных медиа обучен фиксировать.

В заключение отметим, что искусственный интеллект на сегодня стал роботизированным «цензором» журналистских материалов, который побуждает СМИ уделять особое внимание качеству контента. Этот показатель напрямую влияет на ранжирование публикаций региональных сетевых изданий в Глобальной сети.

## **Литература**

1. Демянчук Е. В. Региональные СМИ в социальных сетях / Е. В. Демянчук // Апробация. — 2013. — № 5 (8). — С. 130–131.

2. Тулупов В. В. Социальные сети и журналистика / В. В. Тулупов // Век информации. — 2015. — № 4. — С. 11–14.